

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP
KEPUASAN NASABAH KARTU KREDIT
(Studi Pada Regional Card Center Bank Mandiri di Surabaya)**

SKRIPSI



Diajukan Oleh :

**M . ASROFI
0212015059 FE / EM**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2010**

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah dengan segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, hidayah dan anugrahNya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul :
“KUALITAS LAYANA TERHADAP KEPUASAN NASABAH KARTU KREDIR “(Studi Pada Regional Card Center Bank Mandiri Di Surabaya).

Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagai persyaratan memperoleh gelar Sarjan Ekonomi Manajemen pada Universita Pembangunan Nasional “Veteran “ Jawa Timur.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa adanya bantuan, bimbingan, serta saran-saran dari berbagai pihak, oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan terima kasih yang tidak terhingga dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada yang terhormat :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto, Mp selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak DR. Dhani Ichsanudin Nur, SE, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Ibu Dra. Ec. Nuruni Ika K W , WM, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan petunjuk dalam penyusunan skripsi ini.
5. Para Dosen dan asisten yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama menjadi mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
6. Kepada kedua orang tuaku Bapak dan ibu tercinta yang tak pernah lepas doa dan kasih sayangnya kepada penulis, serta kakakku dan adikku (Facrudin, Anita Rahayu dan Nurul Arifah) Terima Kasih atas segala doa dan dukungannya yang begitu besar.

7. Hatur nuwun kepada Ebes Sakdi Murozik yang telah banyak membantu memberikan saran, kritikan dan wejangannya hingga terselesainya skripsi ini.
8. Para Staf dan Karyawan Regional Card Center Bank Mandiri Di Surabaya atas segala informasi-informasi yang telah diberikan.

Semoga segala bantuan dan kebaikan tersebut mendapat limpahan balasan dari Tuhan Yang Maha Esa. Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna dan masih banyak kekurangan, karena ini semua disebabkan keterbatasan waktu, tenaga, biaya dan kemampuan penulis. Oleh karena itu segala kritik dan saran yang bersifat membangun senantiasa penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat.

Surabaya, Juni 2010

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
ABSTRAKSI.....	xi

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Pendahuluan.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan penelitian.....	8
1.4. Manfaat penelitian.....	9

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu.....	10
2.2. Kajian Pustaka.....	12
2.2.1. Pengertian Pemasaran.....	12
2.2.1.1. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	13
2.2.1.2. Konsep Pemasaran.....	14
2.2.1.3. Pengertian Kartu Kredit.....	15
2.2.1.4. Pengertian Jasa.....	16

2.2.2.	Pengertian Kualitas Layanan.....	17
2.2.3.	Pengertian Kepuasan Nasabah.....	20
2.2.4.	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap kepuasan pelanggan.....	30
2.3.	Kerangka Model Penelitian.....	32
2.4.	Hipotesis.....	32

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1.	Defenisi Oprasional Pengukuran Variabel.....	33
3.1.1.	Defenisi Oprasional Variabel.....	33
3.1.2.	Pengukuran Variabel.....	37
3.2.	Teknik Penentuan Sampel.....	38
3.3.	Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.3.1.	Jenis Data.....	40
3.3.2.	Sumber Data.....	40
3.3.3.	Metode Pengumpulan Data.....	40
3.4.	Teknik Analisa Dan Uji Hipotesis.....	41
3.4.1.	Asumsi Model (<i>Struktural Equation Modelling</i>).....	44
3.4.2.	Pengujian Hipotesis Dengan Hubungan Kausal.....	46
3.4.3.	Pengujian Model Dengan <i>Two-Step Approach</i>	46
3.4.4.	Evaluasi Model.....	49

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1.	Defenisi Oprasional Dan Pengukuran Variabel.....	53
4.1.	Diskripsi hasil Penelitian.....	53
4.2.	Uji Hipotesis Dan Pembahasan.....	64
4.2.1.	Uji Outlier Multivariate.....	64
4.2.2.	Uji Reliabilitas.....	65
4.2.3.	Uji Validitas.....	66
4.2.4.	Uji Construct Reliability & Variance Extrated.....	67
4.2.5.	Uji Normalitas.....	68
4.2.6.	Evaluasi Model <i>One-Step Approach</i> to SEM	69
4.2.7.	Uji Kausalitas.....	72
4.3.	Pengujian Hipotesis Hubungan Kausalitas Kualitas Layanan (X) Dengan Kepuasan Nasabah (Y).....	72

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.3.	Kesimpulan.....	75
5.2.	Saran.....	75

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

TABEL 1.1.	Kartu Kredit Yang Diterbitkan Oleh Bank Mandiri.....	6
TABEL 1.2.	Jumlah Komplain Bank Mandiri.....	6
TABEL 4.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
TABEL 4.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	54
TABEL 4.3.	Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Tangibel.....	55
TABEL 4.4.	Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Reliability.....	56
TABEL 4.5.	Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Responsivnes....	57
TABEL 4.6.	Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Assurance.....	58
TABEL 4.7.	Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Empathy.....	59
TABEL 4.8.	Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Produc.....	60
TABEL 4.9.	Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Service.....	62
TABEL 4.10.	Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Purchase.....	63
TABEL 4.11.	Uji Outlier Multivariate.....	64
TABEL 4.12.	Uji Reliabilitas.....	65
TABEL 4.13.	Uji Validitas.....	66
TABEL 4.14.	Uji Construct Reliability Dan Variance Extracted.....	67
TABEL 4.15.	Uji Normalitas.....	68
TABEL 4.16.	Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i>	70
TABEL 4.17.	Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i>	70
TABEL 4.18.	<i>Regression Weights</i>	72

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 2.1.	Konsep Kepuasan Pelanggan.....	24
GAMBAR 3.1.	Contoh Model Pengukuran Faktor Kualitas Layanan.....	42
GAMBAR 3.2.	Contoh Model Pengukuran Faktor Kepuasan Nasabah.....	43
GAMBAR 3.3.	<i>Structural Equation Modeling Two Step Approach</i>	47
GAMBAR 4.1.	Model Pengukuran dan Struktural (<i>Base Model</i>).....	70
GAMBAR 4.2.	Model Pengukuran dan Struktural (<i>Modifikasi</i>).....	71

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	Kuisisioner.....
LAMPIRAN 2	Hasil Analisa Data.....

PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH KARTU KREDIT

(Studi Pada Regional Card Center Bank Mandiri di Surabaya)

Oleh

M.Asrofi

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah kartu kredit Bank Mandiri di Surabaya. Penelitian ini dilakukan karena terjadi naiknya tingkat complain pada Regional Card Center Bank Mandiri di Surabaya yang disebabkan persaingan kualitas layanan. Menyadari hal tersebut di atas, maka Regional Card Bank Mandiri di Surabaya akan mengembangkan strategi yang berorientasi pada pemenuhan kualitas layanan yang pada akhirnya dapat menimbulkan kepuasan pada nasabah.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel kualitas layanan (X) dan Kepuasan Nasabah kartu kredit (Y). Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada nasabah kartu kredit Bank Mandiri di Surabaya. Sedangkan teknik penentuan sampel menggunakan metode *non probabilitas sampling, non probabilitas* yaitu penentuan sampel tidak secara acak. Sedangkan teknik penentuan sampel dalam penelitian ini digunakan *Purposive Sampling* dimana pemilihan Subjek akan dijadikan sampel penelitian dilakukan secara terarah dan sengaja berdasarkan pertimbangan dan ciri-ciri tertentu yang diambil berdasarkan tujuan penelitian, dan kriteria yang akan dijadikan sampel adalah semua nasabah kartu kredit yang sudah menjadi nasabah kartu kredit Bank Mandiri \pm dari 1 tahun dan nasabah yang sudah berusia diatas 20 tahun. Pengukuran variabel dengan menggunakan *Skala Semantik Defferential*, teknik pengukuran menggunakan skala interval dengan nilai 1 – 7.

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan analisis SEM untuk menguji Hipotesis yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan Nasabah Kartu Kredit Bank Mandiri, dapat diterima kebenarannya. Dapat diartikan bahwa secara langsung kualitas layanan layanan ikut menentukan baik dan buruknya kepuasan nasabah kartu kredit di dalam perusahaan. Semakin berkualitas layanan yang diberikan perusahaan kepada nasabah, maka kepuasan yang dirasakan nasabah kartu kredit semakin tinggi.

KeyWords : Kualitas layanan (X), Kepuasan Nasabah(Y)

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Era perkembangan sekarang dunia teknologi sangat diminati oleh semua kalangan. Teknologi informasi telah mengubah strategi bisnis menjadi suatu hal yang sangat vital. Sektor industri perbankan menempatkan teknologi informasi sebagai unsur utama yang berpadu padan dengan aktivitas-aktivitas perbankan, informasi produksi atau dalam hal pemberian jasa-jasa perbankan. Fasilitas dari pemberian informasi yang akurat, tepat waktu serta efisien sangat diminati dan sangat dibutuhkan pada kecanggihan era informasi saat ini (Triastoto H. Wibowo, 2002;1).

Dan perkembangan industri kartu kredit pada era globalisasi seperti sekarang ini sangat pesat, banyak sekali bank-bank yang memberikan fasilitas kartu kredit bagi nasabahnya, sudah tentu agar nasabahnya mendapatkan kepuasan dari pelayanan perbankan. kartu kredit selain sebagai alat pembayaran pengganti uang tunai juga sebagai symbol gaya hidup modern, karena kartu kredit hanya dapat di miliki oleh orang-orang yang mrmpunyai penghasilan minimum Rp 32 juta per tahun. Dan rata-rata masyarakat perkotaan, khususnya para eksekutif muda dan para pengusaha kelas menengah keatas sudah banyak menggunakan fasilitas kartu kredit.

konsep penggunaan kartu kredit dalam transaksi perbankan ternyata telah dikenal lebih dari 67 tahun yang lalu. Meski demikian, muatan teknologi tinggi baru dapat muncul sekitar decade 1970-an. Pada tahun-tahun ini muncul pertama kali mesin ATM yang menandai transaksi perbankan yang ditunjang oleh teknologi telekomunikasi secara online untuk semua nasabah selama 24 jam, penuh tidak terputus. Tiga puluh tahun kemudian, gaya transaksi teknologi ini menjadi gaya hidup lebih dari 90 persen transaksi perbankan di Negara-negara maju. Kebanyakan kartu kredit memiliki bentuk dan ukuran yang sama, seperti yang dispesifikasikan oleh standar ISO 7810. Berikut ini sejarah perkembangan layanan kartu kredit yang ada di dunia. Pada tahun 1924, konsep penggunaan kartu dalam transaksi perbankan telah diperkenalkan. beberapa tahun kemudian metode pemakaian kartu ini diikuti oleh 100 buah bank di seluruh dunia. Tahun 1950, Dinners Club dan American Expres menjadi kartu yang menggunakan plastik pertama. Tahun 1985, Americant Expres menawarkan kartu untuk pasar trevel dan entertainment. Tahun 1966, Bank of Amerika menawarkan kartu lisensi kartu Amerika Bank ke bank-bank lain untuk membuat kartu pembayaran. Tahun 1969, ATM (Automatic Teller Machin) pertama muncul di Inggris. Tahun 1970, Ide pembuatan kartu kredit diterima secara luas. Tahun 1977, Bank Americard memberi lisensi kartu kredit yang dipusatkan bersama secara resmi dibawa nama Visa. Tahun 1995, Lebih dari 90 persen transaksi perbankan di Amerika dilakukan secara elektronik. Saat ini di dunia kartu kredit diterbitkan oleh beberapa jaringan internasional yaitu Visa, Mastercard, Dinners Club Internasional, dan American Express, Untuk jaringan sendiri saat ini yang paling

luas adalah Visa, terbukti dengan dipercaya menjadi sponsor Olimpiade Beijing 2008.

Pasar kartu kredit mulai merambah Negara Indonesia dan yang berhak menerbitkan kartu kredit di Indonesia adalah lembaga keuangan resmi seperti Bank. Masing-masing penerbit memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing. Untuk jenisnya sendiri

1. Platinum (Limit paling tinggi sampai dengan tidak terbatas)
2. Gold (Limit menengah sampai dengan tinggi)
3. Silver (Limit rendah sampai dengan menengah)
4. Khusus seperti Gold Card, Manchester United card, dll)

Perkembangan jumlah bank yang menyediakan Fasilitas kartu kredit di Indonesia saat ini semakin meningkat dimana tingkat perkembangan tersebut menjadikan persaingan bisnis perbankan semakin tajam. Agar dapat berkompetisi maka kinerja perbankan haruslah ditingkatkan dengan menciptakan berbagai produk dan fasilitas melalui strategi pemasaran. Dalam menggaet nasabah, bank-bank kartu kredit menyediakan berbagai fasilitas dan keuntungan seperti suku bunga yang kompetitif, fasilitas-fasilitas bagi pemegang kartu kredit (*card holders*), termasuk promosi dan kepuasan pelayanan (*customer service*) terhadap nasabah kartu kredit.

Kualitas layanan bagi nasabah kartu kredit merupakan bagian terpenting dari unit sebuah bank. Pelayanan tetap menjadi unsur pembeda antara satu bank

dengan bank lain. hanya bank yang ber-*service excellence* yang akan punya nasabah loyal pada masa depan. Pencipta kepuasan bagi nasabah kartu kredit sangat ditentukan oleh perusahaan terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah. Zeithaml dan Bitner berpendapat, bahwa hubungan antara persepsi kualitas dan kepuasan pelanggan. *Service quality* terdiri dari lima indikator, yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Disisi lain *customer satisfaction* dipengaruhi oleh *service quality* terdiri dari lima indikator, yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Disisi lain *customer satisfaction* dipengaruhi oleh *service quality*, *product*, *price* dan juga *situational factors* (Zeithaml dan Bitner, 2000: 75). hal ini juga didukung oleh Levi dan Weitz (2004 : 512), dalam mengevaluasi jasa yang bersifat *intangible*, nasabah kartu kredit pada umumnya menggunakan beberapa atribut atau faktor sebagai berikut:

1. Keandalan (*Reliability*)
2. Daya Tanggap (*Responsiveness*)
3. Jaminan (*Assurance*)
4. Empati (*Empathy*)
5. Bukti langsung (*Tangibles*)

Sektor perbankan harus berupaya untuk bersaing melalui kualitas layanan sehingga dapat memberikan kepuasan kepada nasabah yaitu berupa pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan nasabah serta dapat memberikan

tingkat kepuasan yang maksimal. Tinggi rendahnya tingkat kepuasan akan turut menentukan besar kecilnya laba yang diperoleh perusahaan dalam jangka panjang serta dapat mempengaruhi persepsi pada diri nasabah, mengingat bank merupakan perusahaan yang menjual jasa dan kepercayaan kepada masyarakat.

Kualitas jasa memiliki keterkaitan erat dengan kepuasan nasabah kartu kredit. Kualitas jasa memberikan suatu dorongan kepada bank untuk menjalin ikatan yang kuat dengan nasabah. Jika nasabah kartu kredit sudah merasa puas dengan kualitas jasa yang diberikan oleh bank, maka dengan sendirinya nasabah kartu kredit akan loyal dengan bank tersebut. Kepuasan tidak akan pernah berhenti pada satu titik, bergerak dinamis mengikuti tingkat kualitas pelayanan dengan harapan-harapan yang berkembang di benak konsumen. Harapan pembeli dipengaruhi oleh pengalaman pembelian mereka sebelumnya, nasehat teman, dan kolega, serta janji dan informasi pemasaran.

Kebutuhan nasabah akan *services* kartu kredit terus mengalami perubahan-perubahan. Jika hari ini sudah bernilai di mata nasabah, besok belum tentu seperti itu. Persepsi nasabah terhadap kualitas jasa yang ditawarkan relative lebih tinggi dari pesaing hal ini akan mempengaruhi tingkat nasabah, semakin tinggi persepsi yang dirasakan oleh pelanggan, maka semakin besar kemungkinan terjadinya hubungan (transaksi). Jika penilaian konsumen (*card holders*) terhadap kualitas layanan sebuah kartu kredit tinggi, maka akan berpengaruh terhadap aktivitas nasabah kartu kredit tersebut dan akhirnya akan meningkatkan volume transaksinya. Bank tidak hanya harus mampu menciptakan nilai mutlak yang tinggi, melainkan juga nilai yang tinggi jika dibanding para pesaing.

Dalam periode tiga tahun terakhir perusahaan menunjukkan bahwa data nasabah kartu kredit Bank Mandiri yang diperoleh menunjukkan adanya peningkatan selama 3 tahun terakhir, akan tetapi diikuti pula dengan peningkatan jumlah komplain nasabah kartu kredit, keadaan ini tentunya merugikan perusahaan. Dan menurut standar perusahaan seharusnya jumlah komplain yang masuk setiap tahunnya sebanyak 300 komplain, pada kenyataannya yang komplain yang masuk tiap tahunnya melebihi standar yang telah ditentukan.

Tabel 1.1

Kartu Kredit Yang Diterbitkan Oleh Bank Mandiri

PERIODE	JUMLAH KARTU KREDIT
2007	1,1 juta kartu
2008	1,4 juta kartu
2009	1,6 juta kartu

Sumber Regional Card Bank Mandiri Surabaya

Tabel 1.2

Jumlah Komplain Bank Mandiri

PERIODE	JUMLAH KOMPLAIN	PRESENTASE
2007	490 Komplain	17,5%
2008	960 Komplain	34,3%
2009	1305 Komplain	48,2%

Sumber Regional Card Bank Mandiri Surabaya

Dari data yang diperoleh dapat dilihat dari realisasi hasil komplain menunjukkan pada tahun 2007 komplain yang masuk sebanyak 490 komplain dengan presentase sebesar 17 %, tahun 2008 komplain yang masuk sebanyak 960 komplain dengan presentase sebesar 33,3 %, dan pada tahun 2009 komplain yang masuk sebanyak 1305 dengan presentase sebesar 43,2 %. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja karyawan Bank Mandiri Surabaya belum maksimal atau kurang maksimal. Dimana permasalahan dalam permasalahan dalam hal kualitas layanan yang sering dikeluhkan oleh nasabah kartu kredit Bank Mandiri Surabaya meliputi Masalah : Masalah pengiriman tagihan kartu kredit yang sering telat dan masih banyaknya nasabah yang tidak tahu akan program-program baru yang ditawarkan oleh pihak Bank Mandiri, dll (Sumber : laporan karyawan bagian Costemer Service Regional Card Center Bank Mandiri).

Dari data tersebut dapat diketahui bahwa untuk mencegah kenaikan keluhan nasabah (komplain) pada masa yang akan datang maka pihak bank Mandiri Surabaya harus meningkatkan kualitas layanan pada nasabah kartu kreditnya. Karena banyak studi di bidang kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah menunjukkan sekitar 70% kegagalan perusahaan dalam memenuhi layanan sesuai dengan harapan pelanggan karena factor manusia : (misalnya costumer service, operator telepon) sedangkan kontribus factor teknologi dan system hanya 30% (misal : kartu kredit dan peralatan banking lainnya). Maka perusahaan yang tidak meningkatkan kualitas keseluruhan harus siap kecewa dengan persaingan yang ada ([www. majalahtrus.com](http://www.majalahtrus.com)).

Oleh sebab itu peneliti tertarik untuk menganalisis bank mandiri sebagai obyek penelitian, dimana bank tersebut saat ini merupakan salah satu bank yang kuat dengan asset terbesar di Indonesia yang pada tahun 2008 memiliki laba kurang lebih 289,1 triliun atau 16,9 % dibandingkan tahun sebelumnya (sumber: majalah Mandiri, edisi 260 tahun ix 13 April 2009) Berdasarkan uraian diatas maka penulis melakukan penelitian mengenai :

“Pengaruh Kualitas layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Kartu Kredit Bank Mandiri Di Surabaya”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka permasalahan dapat dirumuskan sebagai berikut :

Apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah kartu kredit Bank Mandiri di Surabaya?”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah diatas, maka dapat di rumuskan tujuan penelitian sebagai berikut :

Untuk menganalisis tingkat signifikansi pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah kartu kredit Bank Mandiri di Surabaya.

1.4 Manfaat penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

a. Bagi penulis

Dapat menerapkan teori yang telah didapatkan selama mengikuti kegiatan perkuliaan dan menambah pengetahuan secara nyata dalam dunia usaha Khususnya mengenai kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah kartu kredit Bank Mandiri di Surabaya.

b. Bagi Organisasi

Sebagai bahan pertimbangan ataupun masukan bagi organisasi, maupun peneliti lain yang berminat dalam pengembangan penelitian yang relevan dengan materi penelitian ini.

c. Bagi Universitas

Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat dan pengetahuan bagi para mahasiswa lain mengenai masalah yang diangkat agar bisa dijadikan sebagai acuan.